



E-sports



第 5 章

## 游戏产业及电子竞技 授权出资机构



5.1

### 游戏IP授权是电子竞技的发动机

2020年12月31日,韩国电竞电视台 OGN 正式停播。在电子竞技发展如火如荼的时刻,世界首个电子竞技频道的关闭令人唏嘘。运营了 20 年的 OGN,伴随着电子竞技的诞生和发展,曾经一度成为高端电竞赛事及内容的代名词,向全球输出电竞文化,在电竞玩家心中具有举足轻重的地位。OGN 在电竞发展的历史上做出过巨大的贡献,而今它却成为了电竞历史的一部分。

表面上,新冠肺炎疫情是导致 OGN 停止运营的直接原因。但导致一家电视台倒闭的核心原因始终是内容的缺失和收视率的惨淡,而导致这些问题的终极原因恰好是游戏的版权。因为游戏版权的问题,OGN 陷入了与游戏厂商的谈判和冲突之中。因为无法得到版权和赛事授权,OGN 无法举办有影响力的赛事,也无法制作精良的内容,空有一身本领,最终惨淡收场。在 OGN 黯然退出的同时,游戏厂商主办的官方赛事在全球范围内获得了巨大的影响力,两者形成了鲜明的对比。

OGN 的退场也引发了中国电竞行业从业者的深入思考。中国电竞行业从业者普遍受到 OGN 赛事和内容的影响,有很多资深导演都是“看着 OGN 的节目长大的”。中国电子竞技赛事的制作和转播,也是从学习 OGN 的赛事制作开始的。OGN 的电竞商业模式是制作第三方赛事,提升赛事的品牌和影响力,通过赛事赞助广告获利。这种模式曾经被中国同行认为是电竞商业模式的优秀代表。国内的电视频道由于无法做商业广告,在商业模式上先天不足,一度苦苦挣扎。OGN 的实践结论证明,如果缺少游戏版权,即使有了传媒广告的商业模式也是行不通的。

OGN 缺少游戏版权,就好像一辆汽车缺少发动机,虽然其他零件都性能良好,但就是无法启动。而有着“发动机”的游戏厂商都在打造自己的电竞赛事,这又与 OGN 的赛事形成直接冲突。最终,拥有游戏 IP 和赛事版权的游戏厂商完全胜出,电子竞技进入“游戏厂商主导时代”,OGN 作为自办第三方赛事的典型代表而落幕退场。

第三方机构、第三方赛事都会受到游戏 IP 授权的影响。电子竞技和传统体育的重要区别也是游戏 IP 的授权。传统体育不需要授权就能够举办比赛,而电子竞技必须得到授权。游戏 IP 授权就是电子竞技的发动机,引领电竞产业的前进方向。

## 5.2 游戏产业及授权出资的定位与作用

游戏产业及授权出资为电子竞技产业提供知识产权授权和资金资源,是电子竞技赛事举办的前提条件。获得游戏及赛事授权和必要的启动资金是赛事主办方必须完成的工作。赞助方可以根据自身的需要赞助电子竞技产业的各个环节,为电子竞技产业提供资金和资源的支持。授权与出资主要内容包括:提供游戏及赛事的授权;确认赛事的目标、形式和权益归属;为赛事提供各种资金和资源;通过赛事达成和满足各方的核心诉求。游戏产业及授权出资在电子竞技产业架构图中的位置如图 5-1 所示。

## 5.3 游戏产业

游戏产业是涉及电子游戏开发、市场营销和销售的产业。游戏产业为电子竞技产业持续提供优质的电子竞技游戏产品。电子竞技在早期曾附属于游戏产业,是电子游戏营销推广的一种方式;随后,电子竞技迅速发展壮大,拥有了庞大的市场,成为一个相对独立的产业。尽管电子竞技已经是一个相对独立的产业了,但与游戏产业的关系仍旧十分紧密,游戏产业的发展状况也影响着电子竞技产业。游戏产业中,与电子竞技产业直接相关的部分是游戏研发与游戏发行及运营。

### 5.3.1 游戏研发

游戏厂商研发部门制作出不同品类、不同形式的电子竞技游戏,为电子竞技运动持续提供有趣、新颖的游戏项目。

一款游戏要成为电子竞技项目,必须制作精良且拥有较多的用户。早期的电子竞技游戏如《星际争霸》《魔兽争霸 3》,都是在风靡全球之后进行了成功的电竞化,成为电子竞技经典项目。电子游戏的形式和内容与其载体(电脑、主机、手机以及其他游戏设备)紧密相关,随着科技的发展,游戏设备会不断升级,因而电子游戏也必须随之推出全新的产品。这就决定了电子游戏无法像足球、篮球等运动项目一样拥有几十年甚至上百年的寿命,因此游戏研发部门一直在设计全新的电子游戏,不断创造新的电子竞技游戏项目。

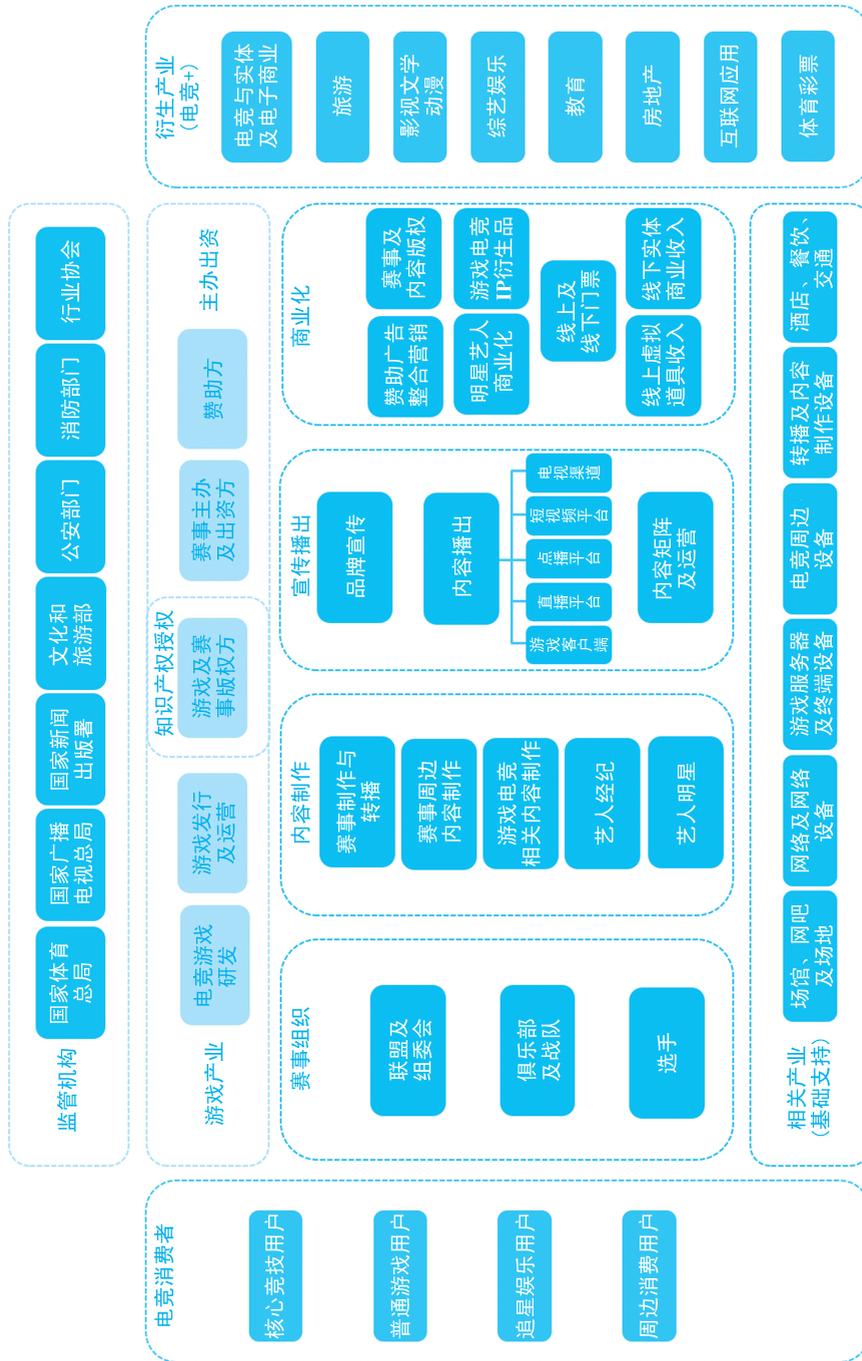


图 5-1 游戏产业及授权出资在产业架构图中的位置



电子竞技产业能够一直充满活力地高速发展，也仰赖电子竞技游戏研发部门能够不断创新，持续产出优质电子竞技游戏。从 RTS 游戏、FPS 游戏、MOBA 游戏到战术竞技游戏，游戏研发者一直在研发各种各样的游戏竞技方式，游戏研发者的产品结构决定了电子竞技运动项目的结构。

## 5.3.2 游戏发行及运营



游戏研发者决定了一款电子竞技游戏的品质，而游戏发行及运营者则决定了一款游戏的市场和活力。

游戏发行是指将一款游戏产品通过不同渠道推向市场、吸引用户的过程。发行一款游戏的基本流程包括游戏立项、游戏开发、游戏测试、上线前准备、基础准备工作、运营计划、商务计划、市场计划等。

游戏运营是通过对平台的运作，使用户从接触、认识、了解，最终成为一款游戏平台的忠实玩家的过程。游戏运营的目标是：①延长产品生命周期，提高用户黏性；②连接每个部门，减少游戏事故的发生；③提高游戏收入。

游戏运营工作根据职能不同可分为 8 个模块。

### (1) 活动策划。

活动策划是游戏利润生成的关键职位，需要协调玩家、产品、KPI 之间的关系。玩家是否买账关系活动效果的好坏，而游戏产品本身是否支持活动进行则决定了活动能否开展。活动策划的职责是设计活动（线上线下）、统计分析活动效果并作出反馈。

### (2) 数据分析。

数据分析的前提是数据统计，即把目标区服、渠道一定周期内的游戏数据统计出来，包括登录数、活跃数、活跃时段、留存率、付费率等。但统计数据并非最终目的，以现有数据分析玩家状况、提出版本及活动优化建议，才是数据分析员的本职工作。

### (3) 渠道运营。

渠道运营即与各大市场的商务负责人取得联系，谈分成、排期、推荐计划并推广游戏产品上线；在产品上线后，维护渠道论坛与专区，配合渠道做活动与分发礼包等。

### (4) 媒体运营。

从事媒体运营的员工称为媒介，是负责产品外部宣传、对产品形象负责的人员，根据产品不同测试阶段的要求，制订并执行外宣计划。媒体运营的主要工作有软文撰写和投稿、媒体礼包投放、推荐位预约、广告创意设计、制订并执行软广投放计划，主要对游戏的百度指数、渠道热度、产品形象负责。

### (5) 市场推广。

监控游戏产品上线后各大市场的下载、登录数据、市场评论，进行各项提升产品排名、

市场热度及好评率的操作，如投放 CPA、CPC、刷好评等。

#### (6) 事件管理。

事件管理即处理游戏运营过程中的例行事务与突发事件，例如制订开服计划并通知渠道与运维，对游戏维护进行提前通知、维护补偿发放、日常数据异常的监控等。

#### (7) 玩家管理。

玩家管理是面对玩家的工作，但并不是像客服那样直接与玩家打交道，而是根据玩家的付费率、付费金额、VIP 等级、活跃等指标，进行 VIP 玩家管理，收集玩家的反馈建议并择优提交相关人员，跟进解决进度，并制定充值返利的额度与折扣。

#### (8) 社区管理。

社区是玩家聚集的地方，包括 QQ 群、贴吧、论坛、公会、游戏盒子等，玩家与玩家可在社区中直接交流。社区往往也是玩家提出意见以及反馈问题最多的地方。一个好的社区管理员能及时处理意见，及时安抚玩家情绪，还能提高社区的活跃度、做出社区的特色。

通过游戏发行及运营，游戏能够快速打开市场，聚集一批忠实玩家，为游戏的电竞化奠定良好的用户基础。

## 5.4 电子竞技游戏及赛事版权方

电子竞技的授权出资机构，是指电子竞技游戏及赛事版权方、电子竞技赛事主办方及出资方、电子竞技赞助方。举办一场电子竞技赛事，必须具备两个条件：一是获得电子竞技游戏版权公司的授权许可，如果是举办著名赛事品牌相关的电子竞技赛事，还需要获得电子竞技赛事版权公司的授权；二是有充足的赛事举办资金，其中包括奖金和赛事管理运营经费。

电子竞技授权出资机构决定着一场电子竞技赛事能否顺利举办，获得授权机构的版权使用许可与出资机构的资金，都是举办电子竞技赛事必不可少的条件。

### 5.4.1 电子竞技游戏版权方

电子竞技游戏版权方是指电子竞技游戏的著作权人对电子游戏享有著作权。一般来说，电子竞技游戏版权方是该游戏的开发制作公司。

版权即著作权，是指文学、艺术和科学作品的作者对其作品享有的权利（包括财产权、人身权）。根据《中华人民共和国著作权法》，作品包括以下列形式创作的文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术等作品：①文字作品；②口述作品；③音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品；④美术、建筑作品；⑤摄影作品；⑥电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品；⑦工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品；⑧计算机



软件；⑨法律、行政法规规定的其他作品。

著作权包括的人身权和财产权包括：

- (1) 发表权，即决定作品是否公之于众的权利；
- (2) 署名权，即表明作者身份，在作品上署名的权利；
- (3) 修改权，即修改或者授权他人修改作品的权利；
- (4) 保护作品完整权，即保护作品不受歪曲、篡改的权利；
- (5) 复制权，即以印刷、复印、拓印、录音、录像、翻录、翻拍等方式将作品制作一份或者多份的权利；
- (6) 发行权，即以出售或者赠予方式向公众提供作品的原件或者复制件的权利；
- (7) 出租权，即有偿许可他人临时使用电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品、计算机软件的权利，计算机软件不是出租的主要标的的除外；
- (8) 展览权，即公开陈列美术作品、摄影作品的原件或者复制件的权利；
- (9) 表演权，即公开表演作品，以及用各种手段公开播送作品的表演的权利；
- (10) 放映权，即通过放映机、幻灯机等技术设备公开再现美术、摄影、电影和以类似摄制电影的方法创作的作品等的权利；
- (11) 广播权，即以无线方式公开广播或者传播作品，以有线传播或者转播的方式向公众传播广播的作品，以及通过扩音器或者其他传送符号、声音、图像的类似工具向公众传播广播的作品的权利；
- (12) 信息网络传播权，即以有线或者无线方式向公众提供作品，使公众可以在其个人选定的时间和地点获得作品的权利；
- (13) 摄制权，即以摄制电影或者以类似摄制电影的方法将作品固定在载体上的权利；
- (14) 改编权，即改变作品，创作出具有独创性的新作品的权利；
- (15) 翻译权，即将作品从一种语言文字转换成另一种语言文字的权利；
- (16) 汇编权，即将作品或者作品的片段通过选择或者编排，汇集成新作品的权利；
- (17) 应当由著作权人享有的其他权利。

电子竞技赛事使用某款电子竞技游戏进行比赛并进行商业化活动时，必须获得游戏版权方的授权许可，否则就涉嫌侵权。电子竞技赛事内容包含了电子竞技游戏的内容，而根据《中华人民共和国著作权法》，作品的信息网络传播权属于游戏版权方。因此，电子竞技赛事的举办须获得电子竞技游戏版权方的授权，并且根据与游戏版权方的协议将赛事产生的部分商业利润分给游戏版权方。

腾讯旗下拥有多款电子游戏，是许多知名游戏的版权方。腾讯电竞作为腾讯旗下电竞游戏的授权方，推出了腾讯电竞授权赛事系统。凡是要举办腾讯旗下电竞游戏相关赛事的机构，必须在腾讯电竞授权赛事系统进行授权申请，提交企业及赛事信息。为规范和助力赛事的发展，从2019年3月起，腾讯电竞将按照季度发布当季授权的赛事名单，如图5-2

所示，授权赛事必须遵循对应项目的标准化的通用规则，以便确保腾讯电竞授权赛事的公平公正。通过官方授权赛事公示的方式，腾讯能够更加高效地管理游戏版权，快速发现未获得腾讯授权的第三方赛事，有效保护腾讯旗下游戏的著作权，并对电子竞技赛事的规范性进行监督和指导。



· 图 5-2 英雄联盟项目腾讯电竞授权赛事名单公示（2020 年第二季度）·

世界流行的电子竞技游戏，其版权方主要有腾讯、网易、暴雪娱乐、Valve Corporation 等。重要的电子竞技游戏及其版权归属如表 5-1 所示。

表 5-1 重要电子竞技游戏版权归属

电子竞技游戏	版权方
《英雄联盟》	腾讯及其关联公司
《王者荣耀》	
《和平精英》	
《穿越火线》	
《穿越火线：枪战王者》	
《QQ 飞车手游》	
《皇室战争》	
《荒野乱斗》	
FIFA Online 4	
DNF	
《欢乐斗地主》	

续表

电子竞技游戏	版权方
《魔兽世界》	暴雪娱乐
《魔兽争霸3》	
《星际争霸2》	
《炉石传说》	
《守望先锋》	
《风暴英雄》	
<i>DOTA2</i>	Valve Coporation
<i>CS:GO</i>	
《绝地求生》	Krafton
《第五人格》	网易游戏
《决战！平安京》	
《荒野行动》	
《明日之后》	
《球球大作战》	巨人网络

#### 5.4.2 电子竞技赛事版权方

电子竞技赛事版权即赛事的信息网络传播权。电子竞技赛事版权方是电子竞技赛事信息网络传播权的所有者。

由游戏厂商主办的电子竞技赛事，其赛事版权属于游戏厂商。在这类赛事中，游戏厂商同时拥有游戏版权与赛事版权，例如英雄联盟职业联赛 LPL、王者荣耀职业联赛 KPL 等。由第三方主办的电子竞技赛事，赛事版权属于第三方机构，例如 WCG、ESL One 等。第三方机构需要从游戏版权方获得游戏授权方可举办赛事。

近年来，国内头部电子竞技赛事的商业化价值不断增高，即便与国内头部传统体育赛事相比也不遑多让，电子竞技赛事版权价格已经接近中国足球协会超级联赛（中超）。2019年12月3日，在与斗鱼、虎牙、快手等国内一线直播平台同台竞争下，弹幕视频网站哔哩哔哩以8亿元价格拍得英雄联盟全球总决赛中国地区2020—2022为期3年的独家直播版权。按年均83场的赛事数计算，2020年英雄联盟全球总决赛的场均版权价格达320万元/场，已逼近中国足球超级联赛（中超）的450万元/场。

在国外，头部赛事守望先锋联赛 OWL 的版权价格也增长迅速。2018年1月，直播平台 Twitch 以9000万美元（约6.1亿元）的价格购买了守望先锋联赛 OWL 和游戏相关活动的直播、转播权，为期2年。2020年，YouTube 花费约1.6亿美元（约10.85亿元）购买了动视暴雪旗下所有电竞赛事为期3年的独家直播权，包括守望先锋联赛 OWL、使命召唤联赛和炉石传说的相关赛事。此次交易的花费主要用于购买守望先锋联赛 OWL 直

播权，少部分用于使命召唤联赛直播权，炉石传说赛事直播权则是作为赠品。守望先锋联赛 OWL 的版权价格在两年内增长了约 4 亿元，增长率为 24.6%，足见电子竞技赛事强大的商业价值。

随着电子竞技赛事版权商业价值的激增，侵权问题和版权纠纷也随之而来。2015 年，国内出现首例电子竞技赛事版权纠纷案件。2014 年，上海耀宇文化传媒有限公司（以下简称耀宇公司）与 DOTA2 中国代理运营商完美世界公司签订战略合作协议，共同打造 2015 年 DOTA2 亚洲邀请赛，耀宇公司获得该赛事在中国大陆地区的独家视频转播权。火猫 TV 是耀宇公司旗下直属的网络游戏直播平台，该平台的一大特色就是拥有国内外游戏赛事的独家版权。2015 年初，首届 DOTA2 亚洲邀请赛在上海举行。耀宇公司发现，广州斗鱼网络科技有限公司（以下简称斗鱼）未经授权，以通过斗鱼 TV 旁观模式截取赛事画面配以主播点评的方式实时直播该赛事，且在直播时使用了耀宇公司的标识，时间持续近 1 个月。2015 年 2 月，在向斗鱼多次发函未果后，耀宇公司将斗鱼起诉至上海市浦东新区人民法院。法院审查后认为，耀宇公司的申请符合法律规定，裁定斗鱼立即停止播出 DOTA2 亚洲邀请赛。

耀宇公司诉称，公司就涉案赛事形成的音像视频内容受著作权法保护，他人未经许可通过信息网络传播该作品，侵害了其信息网络传播权；耀宇公司、斗鱼之间存在同业竞争关系，斗鱼的行为构成违反诚实信用原则和公认的商业道德的不正当竞争，并且构成虚假宣传的不正当竞争。

斗鱼辩称，斗鱼是通过 DOTA2 游戏客户端的旁观者观战功能获取画面，并未使用原告直播的音像视频内容，故无耀宇公司所称的侵权行为或者不正当竞争行为。直播时在网页上标注耀宇公司的标识是对承办涉案赛事方的尊重，不构成虚假宣传的不正当竞争。斗鱼未从涉案赛事直播中获得任何盈利，观众数量的多少与网站收益没有关联，耀宇公司主张的经济损失赔偿金也没有依据。

法院审理后认为，网络用户仅能在斗鱼直播的特定时间段内观看正在进行的涉案赛事，耀宇公司主张被侵害的视频转播权既不属于信息网络传播权，亦不属于其他法定的著作权权利，且比赛画面不属于著作权法规定的作品，故耀宇公司关于斗鱼侵害其著作权的主张不能成立，但认定斗鱼构成不正当竞争，遂判决其承担消除影响、赔偿经济损失及合理费用共计 110 万元。

斗鱼对上述判决不服，提起上诉。

斗鱼认为，目前国内的游戏直播网站大部分都采取通过客户端截取比赛画面的方式将比赛画面转给观看玩家，并配上自己平台的解说和配乐从而进行直播，游戏厂商对此亦未提过异议。根据“无明文规定不可为即可为”的民法原则，斗鱼的行为本质上是对涉案赛

事进行报道，该行为没有超出游戏客户端旁观者的合理使用范围。

二审法院审理后认为，斗鱼的行为违反了反不正当竞争法中的诚实信用原则，违背了公认的商业道德，损害了耀宇公司的合法权益，破坏了市场竞争秩序，具有明显的不正当性，构成不正当竞争，故判决驳回上诉，维持原判。

一、二审的判决均认定，电子竞技赛事网络直播的画面不属于著作权法意义上的作品，不受著作权法保护。斗鱼虽构成不正当竞争，但没有侵害耀宇公司的著作权。

对于电竞赛事直播节目是否受著作权法保护的问题，一直争论不休。此案虽然没有以著作权侵权来判决，但对于提高电子竞技赛事版权保护意识、改善电子竞技赛事版权保护环境具有积极的意义。其后，随着电子竞技版权保护的不断加强，真正意义上的电竞赛事直播著作权侵权案于 2021 年打响。

2021 年，广州互联网法院审结了一起广州虎牙信息科技有限公司（以下简称虎牙）诉武汉斗鱼网络科技有限公司（以下简称斗鱼）侵害 ESL 电竞赛事其他著作权以及不正当竞争纠纷案。

虎牙在 2020 年 2 月与 ESL 公司达成战略合作，取得 IEM Katowice 2020、ESL One LA 以及 EPL 第 11 季赛事的中文直播权后，分别于 2020 年 2 月 24 日、2020 年 3 月 17 日发现斗鱼直播平台在未获授权的情况下擅自直播 IEM、EPL 系列赛事。公证显示，斗鱼直播页面设置有“赛事”栏目，该栏目内有 CS:GO 专栏，进入“赛事直播”的房间内，屏幕显示《ESL PRO LEAGUE 第 11 季赛事》节目画面和官方解说。至此，虎牙主张斗鱼方赔偿其经济损失 300 万元。

法院认定，斗鱼作为专业的直播平台，在明知未获得虎牙授权许可的情况下，在直播中大量使用虎牙享有著作权的 ESL PRO LEAGUE 第 11 季赛事画面，侵害了虎牙的著作权权益。同时，斗鱼在虎牙多次投诉后，未采取立即有效措施，对于侵权行为系默许和鼓励。最终，斗鱼被判赔偿虎牙 100 万元。

此案是国内首次认定的电竞赛事直播著作权侵权案，在电竞版权保护方面具有里程碑式的重要意义。

## 5.5

## 电子竞技赛事主办方及出资方

### 5.5.1 电子竞技赛事主办方

电子竞技赛事主办方，是指有权举办电子竞技赛事的机构，一项赛事可能有一个或多个